

## Mapa del etnocentrismo 2011<sup>1</sup>

Antonio Alaminos  
Universidad de Alicante  
[alaminos@ua.es](mailto:alaminos@ua.es)

Paloma Alaminos  
Universidad de Alicante

### Resumen

En esta investigación se estudia la distribución de las orientaciones etnocéntricas en varios países. Para ello se han utilizado los datos procedentes de la Fundación Pew, Global Attitude Project, de 2011. Para ello, se ha efectuado un análisis de correspondencias con normalización simétrica entre las variables de País y opinión sobre la superioridad cultural según opina el entrevistado. Dos dimensiones dan cuenta de forma significativa de la inercia. La primera se refiere al porcentaje o extensión que en la opinión pública se apoyan expresiones etnocéntricas. La segunda, muestra el grado de asertividad que es empleado en las sociedades consideradas. En definitiva, la mayor o menor probabilidad al emplear categorías extremas en la opinión sobre la superioridad cultural. Se aprecia como existe una cierta relación entre el grado de “occidentalización” y la reducción del porcentaje de opinión pública en el país que defiende la superioridad cultural sobre los demás. En términos de asertividad, evidentemente, esta es mayor en las sociedades más etnocéntricas, así como en las que lo son en menor grado.

### Palabras clave

Etnocentrismo, análisis de correspondencias, mapa de opinión pública

---

<sup>1</sup> Ponencia presentada en las *IX Jornadas Internacionales de Modelado Estructural en el Análisis de la Realidad Social*. Universidad de Alicante. Alicante. 2013.

**Abstract**

In this research, the distribution of ethnocentric orientations in several countries is studied. For this purpose, data from the Pew Foundation, Global Attitude Project, of 2011 have been used. For this purpose, a correspondence analysis was carried out with symmetric normalization between the Country variable and the cultural superiority according to the opinion of the interviewee. Two dimensions give a very significant account of inertia. The first refers to the percentage or extent that public opinion support ethnocentric expressions. The second one shows the degree of assertiveness that is used in the societies considered. In short, the greater or lesser probability of using extreme categories in the opinion on cultural superiority. It can be seen how there is a certain relationship between the degree of "westernization" and the reduction in the percentage of public opinion in the country that defends cultural superiority over others. In terms of assertiveness, evidently this is greater in the societies with higher and lower ethnocentric levels.

**Keywords**

Ethnocentrism, correspondence analysis, public opinion mapping

## Introducción

La investigación comparada se enfrenta a importantes problemas metodológicos, en especial cuando se administran técnicas y procedimientos de investigación con un fuerte anclaje cultural. Este es el caso de las encuestas de opinión, cuya vinculación con las condiciones sociales propias de las sociedades posindustriales desarrolladas es más que evidente. Nociones como la existencia de una opinión individual, intercambiable y desconectada de las estructuras sociales y sus jerarquías de poder, son un elemento desconocido en sociedades de organización tribal o fuertemente comunitaria en sus valores. La libertad de expresión no es un valor que exista o sea fácilmente ejercible en múltiples contextos internacionales. Las condiciones sociales inestables (terrorismo, revolución, conflictos étnicos o religiosos, guerras, etc.) son habituales en el contexto internacional. En ese sentido, las condiciones de aplicación de la encuesta son muy particulares y específicas (Alaminos, A, 1992, 1998; Alaminos y Castejón, 2006; Alaminos A. y Alaminos P., 2012b). Asimismo, los modos de recogida de datos son “cara a cara” en unos países y telefónicas en otros, dándose la ocasión para la introducción de diversidad en las estructuras de no respuesta (Alaminos, 2012b).

Para el caso particular que nos ocupa, una encuesta internacional realizada por la Fundación PEW dentro de su programa internacional para el estudio de actitudes, son muchos los países con importantes problemas de inestabilidad social o de fuerte estructuración de las opiniones entorno a líderes de opinión (por su estatus oficial, religioso, etc.). Así, como ejemplo, para el caso de los países árabes como Egipto o Jordania, se encontraban en la denominada Primavera Árabe (de fuerte cambio sociopolítico), en España se vivían las consecuencias de las concentraciones en la Puerta del Sol, en Líbano la inestabilidad y el conflicto eran tan cotidianos como en los Territorios Palestinos, o los atentados terroristas en Indonesia.

En conjunto, puede concluirse que las condiciones de aplicación de las encuestas que se van a considerar hacen que las conclusiones se deban tomar con todas las precauciones metodológicas posibles. No obstante, es relevante, desde el punto de vista descriptivo y exploratorio, efectuar un diagnóstico sobre distribución internacional de las orientaciones etnocéntricas. Las consecuencias efectivas y potenciales de esta dimensión etnocéntrica son de tal magnitud (debido a las dimensiones conexas, como son xenofobia, exclusión social, racismo, elaboración de imágenes estereotipadas de otros grupos, etc.) que justifican el interés de su estudio, incluso en condiciones metodológicas adversas.

Los países considerados son Brasil, Gran Bretaña, China, Egipto, Francia, Alemania, India, Indonesia, Israel, Japón, Jordania, Kenia, Líbano, Lituania, México, Pakistán, Territorios Palestinos, Polonia, Rusia, España, Turquía, Ucrania y Estados Unidos. En la tabla 1 se muestran los porcentajes según orientación etnocéntrica para cada país, conteniendo la última columna el tamaño muestral de cada país.

Tabla 1. Nuestra cultura es superior según país			Nuestra cultura es superior				Total
			Total Acuerdo	Mucho acuerdo	Mucho desacuerdo	Total desacuerdo	
PAÍS	Brazil	Recuento	242	321	147	73	783
		%	30,9%	41,0%	18,8%	9,3%	100,0%
	Britain	Recuento	69	250	344	294	957
		%	7,2%	26,1%	35,9%	30,7%	100,0%
	China	Recuento	1109	1429	571	75	3184
		%	34,8%	44,9%	17,9%	2,4%	100,0%
	Egypt	Recuento	258	452	197	65	972
		%	26,5%	46,5%	20,3%	6,7%	100,0%
	France	Recuento	62	208	303	430	1003
		%	6,2%	20,7%	30,2%	42,9%	100,0%
	Germany	Recuento	77	389	318	202	986
		%	7,8%	39,5%	32,3%	20,5%	100,0%
	India	Recuento	2566	1112	225	26	3929
		%	65,3%	28,3%	5,7%	,7%	100,0%
	Indonesia	Recuento	523	384	69	8	984
		%	53,2%	39,0%	7,0%	,8%	100,0%
	Israel	Recuento	144	377	248	129	898
		%	16,0%	42,0%	27,6%	14,4%	100,0%
	Japan	Recuento	209	365	96	16	686
		%	30,5%	53,2%	14,0%	2,3%	100,0%
	Jordan	Recuento	304	346	248	72	970
		%	31,3%	35,7%	25,6%	7,4%	100,0%
	Kenya	Recuento	385	336	157	102	980
		%	39,3%	34,3%	16,0%	10,4%	100,0%
	Lebanon	Recuento	265	502	172	45	984
		%	26,9%	51,0%	17,5%	4,6%	100,0%
	Lithuania	Recuento	61	296	267	89	713
		%	8,6%	41,5%	37,4%	12,5%	100,0%
	Mexico	Recuento	199	393	167	19	778
		%	25,6%	50,5%	21,5%	2,4%	100,0%
	Pakistan	Recuento	1066	592	85	40	1783
		%	59,8%	33,2%	4,8%	2,2%	100,0%
	Palestinian Territories	Recuento	220	382	184	37	823
		%	26,7%	46,4%	22,4%	4,5%	100,0%
	Poland	Recuento	124	305	194	53	676
		%	18,3%	45,1%	28,7%	7,8%	100,0%
	Russia	Recuento	175	333	286	132	926
		%	18,9%	36,0%	30,9%	14,3%	100,0%
	Spain	Recuento	97	341	385	168	991
		%	9,8%	34,4%	38,8%	17,0%	100,0%
	Turkey	Recuento	409	370	112	35	926
		%	44,2%	40,0%	12,1%	3,8%	100,0%
	Ukraine	Recuento	96	303	379	141	919
		%	10,4%	33,0%	41,2%	15,3%	100,0%
	US	Recuento	140	355	291	169	955
		%	14,7%	37,2%	30,5%	17,7%	100,0%
	Pakistan refield	Recuento	704	368	35	11	1118
		%	63,0%	32,9%	3,1%	1,0%	100,0%

Fuente: Fundación PEW. Global Attitude Project. 2011.

## 2. Análisis de mapeo

A partir de los datos anteriores se ha efectuado un análisis de correspondencias simple de forma que se explicitaran las relaciones entre categorías (grado de etnocentrismo y países) de forma simplificada y gráfica. La tabla 1 muestra el resultado del análisis. Se observa como la dimensión 1 explica el 82% de varianza (inercia equivale a varianza en la tradición francesa) y la segunda dimensión el 15%. Entre las dos dimensiones se explica el 97% de la varianza total, con un excelente ajuste como muestra el coeficiente de chi-cuadrado.

Cuadro 1. Resumen

Dimensión	Valor propio	Inercia	Chi-cuadrado	Sig.	Proporción de inercia		Confianza para el Valor propio	
					Explicada	Acumulada	Desviación típica	Correlación 2
1	,510	,260			,825	,825	,005	,370
2	,218	,047			,150	,976	,007	
3	,087	,008			,024	1,000		
Total		,315	8800,916	,000 <sup>a</sup>	1,000	1,000		

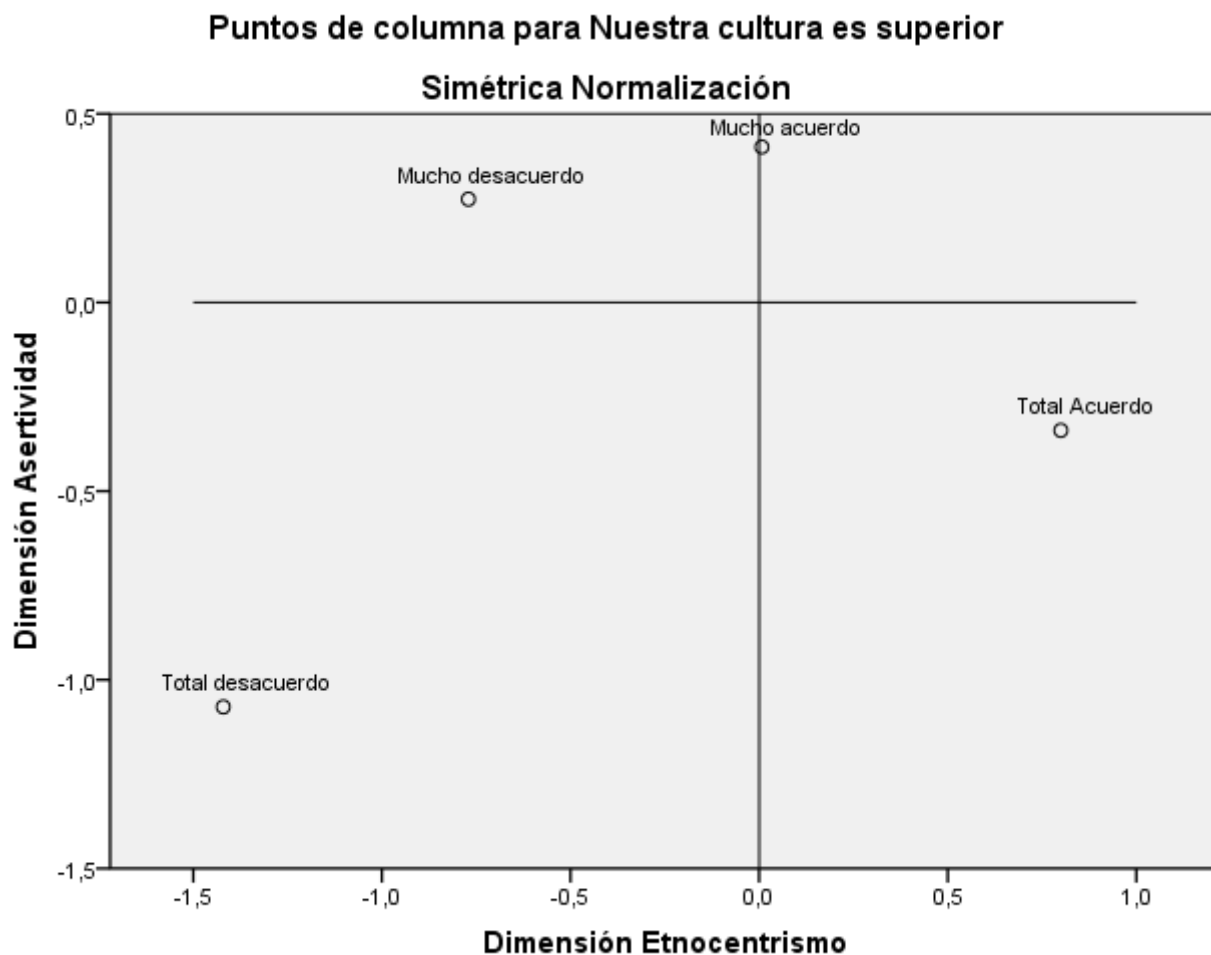
a. 69 grados de libertad

El gráfico 1 muestra la distribución espacial de las categorías correspondientes a la medición de etnocentrismo. Por su ubicación espacial, identifica una variabilidad en la dimensión 1 (horizontal) que va de izquierda a derecha. En la izquierda del eje y con valores negativos se observa la categoría “completamente en desacuerdo” y conforme se desplaza hacia la derecha, aún con valores negativos “mucho o bastante en desacuerdo”, seguido con un valor cero para la categoría “bastante de acuerdo” y finalmente, en el extremo a la derecha la categoría de “completamente o totalmente de acuerdo”.

Desde la lectura de la dimensión 2, la variabilidad expresa en su distribución espacial (vertical) como la posición más negativa corresponde con “completamente en desacuerdo”, seguido del “completamente de acuerdo”. Ya con valores positivos, se observan las categorías “muy en desacuerdo” y finalmente “muy de acuerdo”. En función a la dispersión espacial de las categorías, se observa como la dimensión 1 corresponde con la posición o predominancia de la orientación etnocéntrica y la dimensión 2 con la distribución interna entre categorías, expresando un mayor asertividad en valor negativo (completamente) y desplazándose hacia un asertividad menor (bastante) en valores

positivos. De este modo, las dimensiones se etiquetan como: etnocentrismo (dimensión 1) y asertividad en la opinión pública (dimensión 2).

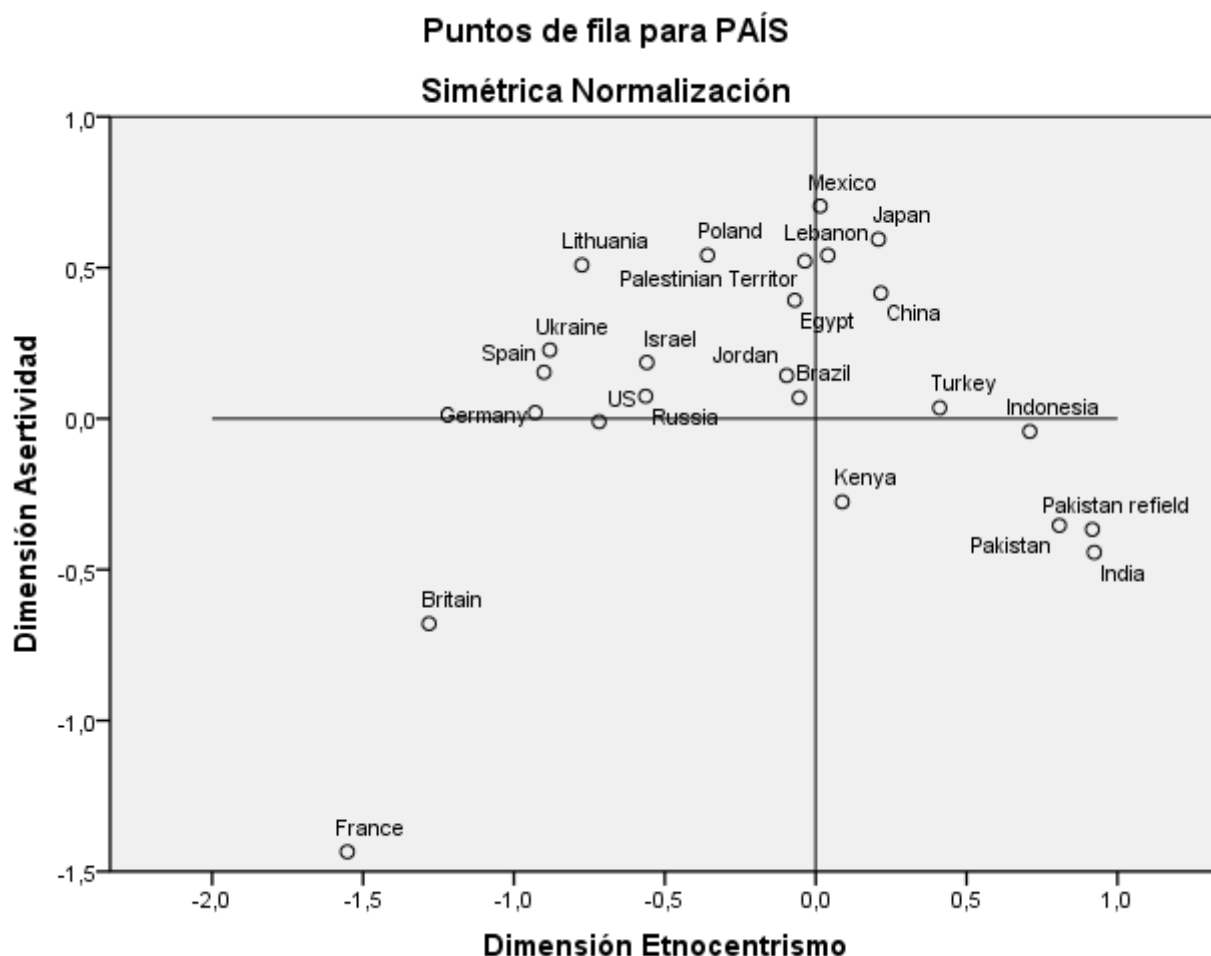
Gráfico 1



El gráfico 2 muestra la distribución espacial de los países considerados en el plano definido por las dimensiones consideradas. Así, las sociedades de India, Pakistán (en las dos muestras), e Indonesia son las que muestran un mayor grado de etnocentrismo. Les sigue Turquía, China y Japón.

En el extremo opuesto de bajos niveles de etnocentrismo cultural se observan a Francia, Gran Bretaña, Alemania y España. Le siguen Ucrania, Lituania y los Estados Unidos.

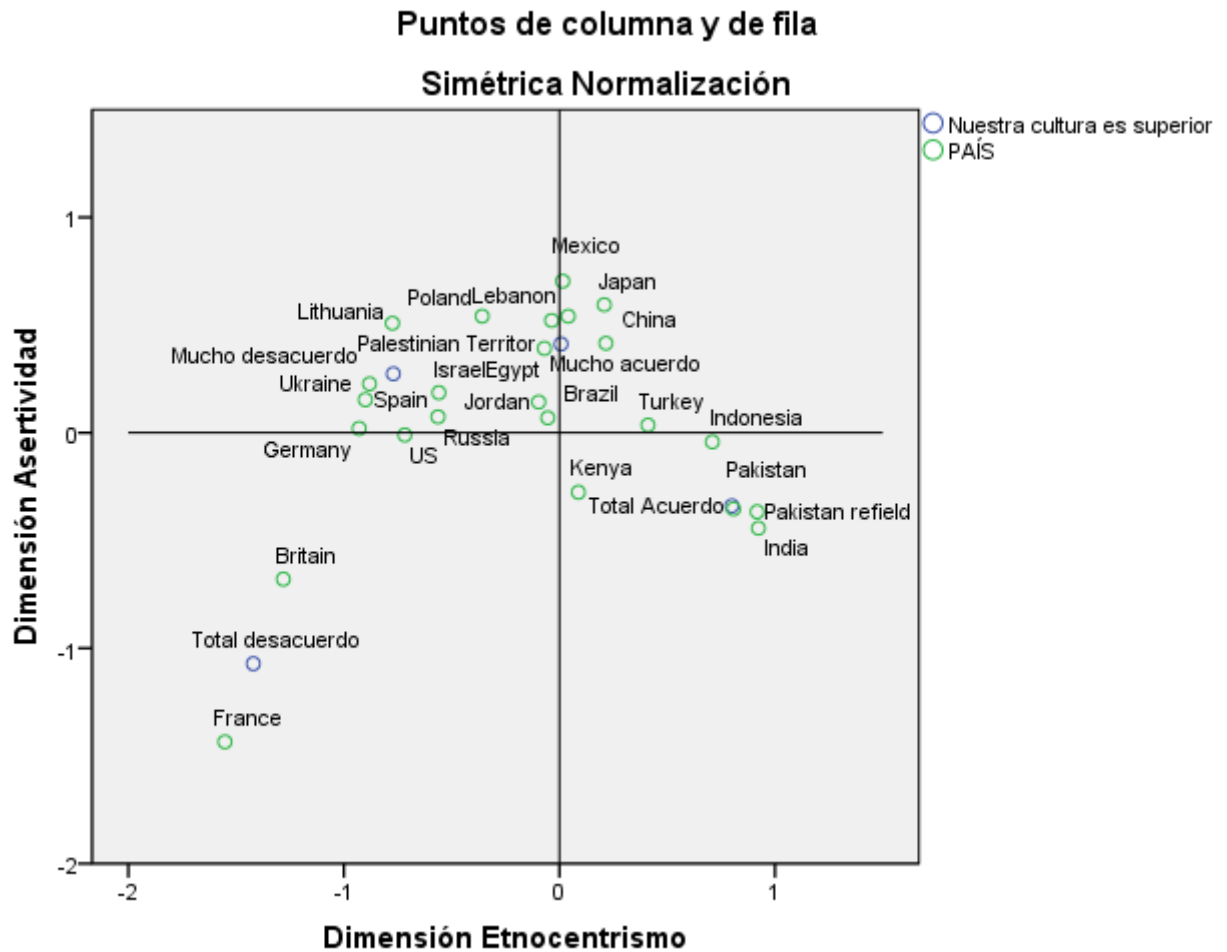
Gráfico 2



En el Grafico 3 se muestra de forma combinada las posiciones de las categorías en etnocentrismo y los países, de tal forma que es factible apreciar de que categorías se encuentran más próximos cada país. Así, las sociedades de India, Pakistán (en las dos muestras), Turquía, Indonesia y Kenia son las que muestran un mayor grado de etnocentrismo próximas a “completamente de acuerdo” con la superioridad cultural. También con etnocentrismo elevado, pero más próximas al “bastante de acuerdo” con la superioridad cultural se encuentran China y Japón, pero también México y Brasil, así como Líbano y los Territorios Palestinos, Jordania y Egipto, junto a Polonia.

En torno al “bastante en desacuerdo” con la superioridad cultural se observan a España, Rusia, Lituania, Israel, Estados Unidos, Alemania y Ucrania. Más próximos al desacuerdo total con la superioridad cultural se encuentra Francia y Gran Bretaña. Estos dos países (en desacuerdo) e India y Pakistán (de acuerdo) son los países con mayor grado de asertividad (mayor porcentaje) en sus opiniones públicas.

Gráfico 3



Seguidamente, se muestran en las tablas los resultados del análisis. Especialmente significativa es la tabla 2, con los países ordenados según su peso en la dimensión etnocentrismo, desplazándose desde el país menos etnocéntrico según su opinión pública (Francia) hasta el más etnocéntrico (India). El resto de tablas documentan la relevancia de las diferentes categorías en la definición estadística de las dimensiones. En ellos se aprecia para cada país y categoría la carga que tienen en cada uno de los factores identificados.



Tabla 2. Correspondencias permutadas de acuerdo con la dimensión 1

PAÍS	Nuestra cultura es superior				
	Total desacuerdo	Mucho desacuerdo	Mucho acuerdo	Total Acuerdo	Margen activo
France	430,215	303,176	207,953	61,658	1003,002
Britain	293,994	344,129	249,780	69,385	957,288
Germany	202,351	317,587	389,382	77,137	986,457
Spain	167,569	384,530	340,685	96,859	989,643
Ukraine	140,523	378,663	303,241	95,774	918,202
Lithuania	89,002	266,816	295,753	60,599	712,170
US	168,516	291,051	355,083	139,821	954,470
Russia	131,972	286,398	333,165	174,528	926,063
Israel	128,686	248,075	376,709	143,918	897,388
Poland	53,129	193,885	304,786	123,906	675,706
Jordan	72,000	248,000	346,000	304,000	970,000
Egypt	65,000	197,000	452,000	258,000	972,000
Brazil	73,297	147,043	320,653	241,752	782,745
Palestinian Territories	36,875	183,803	381,879	220,199	822,757
Mexico	19,377	166,978	393,171	199,124	778,650
Lebanon	44,663	171,579	502,043	265,408	983,693
Kenya	102,391	157,124	335,978	385,117	980,609
Japan	16,047	96,146	365,161	208,719	686,074
China	75,301	570,919	1429,058	1108,579	3183,857
Turkey	34,684	112,211	369,791	408,867	925,554
Indonesia	8,283	69,105	384,191	523,087	984,667
Pakistan	40,215	85,198	592,365	1066,448	1784,225
Pakistan refield	11,043	35,324	368,013	704,125	1118,505
India	26,426	225,007	1111,612	2566,055	3929,099
Margen activo	2431,559	5479,747	10508,455	9503,067	27922,828

Tabla 3. Correspondencias

PAÍS	Nuestra cultura es superior				
	Total Acuerdo	Mucho acuerdo	Mucho desacuerdo	Total desacuerdo	Margen activo
Brazil	241,752	320,653	147,043	73,297	782,745
Britain	69,385	249,780	344,129	293,994	957,288
China	1108,579	1429,058	570,919	75,301	3183,857
Egypt	258,000	452,000	197,000	65,000	972,000
France	61,658	207,953	303,176	430,215	1003,002
Germany	77,137	389,382	317,587	202,351	986,457
India	2566,055	1111,612	225,007	26,426	3929,099
Indonesia	523,087	384,191	69,105	8,283	984,667
Israel	143,918	376,709	248,075	128,686	897,388
Japan	208,719	365,161	96,146	16,047	686,074
Jordan	304,000	346,000	248,000	72,000	970,000
Kenya	385,117	335,978	157,124	102,391	980,609
Lebanon	265,408	502,043	171,579	44,663	983,693
Lithuania	60,599	295,753	266,816	89,002	712,170
Mexico	199,124	393,171	166,978	19,377	778,650
Pakistan	1066,448	592,365	85,198	40,215	1784,225
Palestinian Territories	220,199	381,879	183,803	36,875	822,757
Poland	123,906	304,786	193,885	53,129	675,706
Russia	174,528	333,165	286,398	131,972	926,063
Spain	96,859	340,685	384,530	167,569	989,643
Turkey	408,867	369,791	112,211	34,684	925,554
Ukraine	95,774	303,241	378,663	140,523	918,202
US	139,821	355,083	291,051	168,516	954,470
Pakistan refield	704,125	368,013	35,324	11,043	1118,505
Margen activo	9503,067	10508,455	5479,747	2431,559	27922,828

Tabla 4. Perfiles de fila

PAÍS	Nuestra cultura es superior				
	Total Acuerdo	Mucho acuerdo	Mucho desacuerdo	Total desacuerdo	Margen activo
Brazil	,309	,410	,188	,094	1,000
Britain	,072	,261	,359	,307	1,000
China	,348	,449	,179	,024	1,000
Egypt	,265	,465	,203	,067	1,000
France	,061	,207	,302	,429	1,000
Germany	,078	,395	,322	,205	1,000
India	,653	,283	,057	,007	1,000
Indonesia	,531	,390	,070	,008	1,000
Israel	,160	,420	,276	,143	1,000
Japan	,304	,532	,140	,023	1,000
Jordan	,313	,357	,256	,074	1,000
Kenya	,393	,343	,160	,104	1,000
Lebanon	,270	,510	,174	,045	1,000
Lithuania	,085	,415	,375	,125	1,000
Mexico	,256	,505	,214	,025	1,000
Pakistan	,598	,332	,048	,023	1,000
Palestinian Territories	,268	,464	,223	,045	1,000
Poland	,183	,451	,287	,079	1,000
Russia	,188	,360	,309	,143	1,000
Spain	,098	,344	,389	,169	1,000
Turkey	,442	,400	,121	,037	1,000
Ukraine	,104	,330	,412	,153	1,000
US	,146	,372	,305	,177	1,000
Pakistan refield	,630	,329	,032	,010	1,000
Masa	,340	,376	,196	,087	

Tabla 5. Perfiles de columna

PAÍS	Nuestra cultura es superior				
	Total Acuerdo	Mucho acuerdo	Mucho desacuerdo	Total desacuerdo	Masa
Brazil	,025	,031	,027	,030	,028
Britain	,007	,024	,063	,121	,034
China	,117	,136	,104	,031	,114
Egypt	,027	,043	,036	,027	,035
France	,006	,020	,055	,177	,036
Germany	,008	,037	,058	,083	,035
India	,270	,106	,041	,011	,141
Indonesia	,055	,037	,013	,003	,035
Israel	,015	,036	,045	,053	,032
Japan	,022	,035	,018	,007	,025
Jordan	,032	,033	,045	,030	,035
Kenya	,041	,032	,029	,042	,035
Lebanon	,028	,048	,031	,018	,035
Lithuania	,006	,028	,049	,037	,026
Mexico	,021	,037	,030	,008	,028
Pakistan	,112	,056	,016	,017	,064
Palestinian Territories	,023	,036	,034	,015	,029
Poland	,013	,029	,035	,022	,024
Russia	,018	,032	,052	,054	,033
Spain	,010	,032	,070	,069	,035
Turkey	,043	,035	,020	,014	,033
Ukraine	,010	,029	,069	,058	,033
US	,015	,034	,053	,069	,034
Pakistan refield	,074	,035	,006	,005	,040
Margen activo	1,000	1,000	1,000	1,000	

Tabla 6. Examen de los puntos de fila <sup>a</sup>

PAÍS		Puntuación en la dimensión			Contribución				
					De los puntos a la inercia de la dimensión		De la dimensión a la inercia del punto		
					1	2	1	2	Total
Brazil	,028	-,054	,069	,000	,000	,001	,226	,155	,381
Britain	,034	-1,281	-,679	,032	,110	,073	,893	,107	1,000
China	,114	,216	,416	,007	,010	,091	,383	,609	,993
Egypt	,035	-,070	,392	,001	,000	,025	,058	,791	,850
France	,036	-1,552	-1,435	,061	,170	,340	,721	,263	,984
Germany	,035	-,930	,020	,016	,060	,000	,994	,000	,994
India	,141	,923	-,443	,068	,235	,127	,899	,088	,988
Indonesia	,035	,709	-,042	,009	,035	,000	,988	,002	,989
Israel	,032	-,560	,186	,005	,020	,005	,943	,044	,988
Japan	,025	,208	,594	,003	,002	,040	,168	,587	,755
Jordan	,035	-,097	,143	,001	,001	,003	,206	,193	,399
Kenya	,035	,088	-,276	,001	,001	,012	,186	,784	,970
Lebanon	,035	,040	,541	,003	,000	,047	,010	,753	,762
Lithuania	,026	-,775	,509	,010	,030	,030	,818	,151	,969
Mexico	,028	,015	,704	,003	,000	,063	,001	,972	,973
Pakistan	,064	,807	-,354	,023	,082	,037	,923	,076	,998
Palestinian Territories	,029	-,036	,521	,002	,000	,037	,011	,982	,993
Poland	,024	-,359	,541	,003	,006	,033	,505	,491	,996
Russia	,033	-,564	,074	,006	,021	,001	,959	,007	,966
Spain	,035	-,900	,154	,016	,056	,004	,936	,012	,948
Turkey	,033	,411	,036	,003	,011	,000	,972	,003	,975
Ukraine	,033	-,881	,227	,015	,050	,008	,866	,025	,890
US	,034	-,717	-,010	,009	,035	,000	1,000	,000	1,000
Pakistan refield	,040	,917	-,367	,018	,066	,025	,935	,064	,999
Total activo	1,000			,315	1,000	1,000			

a. Normalización Simétrica

Tabla 7. Examen de los puntos columna<sup>a</sup>

Nuestra cultura es superior	Masa	Puntuación en la dimensión		Inercia	Contribución				
		1	2		De los puntos a la inercia de la dimensión		De la dimensión a la inercia del punto		
					1	2	1	2	Total
Total Acuerdo	,340	,800	-,339	,120	,427	,180	,926	,071	,997
Mucho acuerdo	,376	,007	,412	,016	,000	,293	,001	,846	,847
Mucho desacuerdo	,196	-,771	,274	,067	,229	,068	,894	,048	,942
Total desacuerdo	,087	-1,420	-1,072	,112	,344	,459	,798	,194	,993
Total activo	1,000			,315	1,000	1,000			

a. Normalización Simétrica

### 3. Conclusiones y debate

A pesar de las dificultades metodológicas, los datos permiten estimar un mapa de la distribución etnocéntrica en función a la referencia cultural. Así, en grandes rasgos, y desplazándonos de culturas más etnocéntricas a menos etnocéntricas, las más significativas son la culturas indostánicas e Indonesia, seguidas de las culturas asiáticas, árabes, América Latina y finalmente occidentales desarrolladas.

Es evidente el carácter exploratorio y la necesidad de una mayor investigación empírica, especialmente complementando la información mediante triangulación de métodos de recogida de datos, mediciones alternativas e indicadores no obstrusivos.

## 1. Bibliografía

Adorno, T. W., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D.J., Sanford, R. N. (1950). *The Authoritarian Personality*. Nueva York: Harper.

Aguilera Portales, Rafael Enrique (2002), “El problema del etnocentrismo en el debate antropológico entre Clifford Geertz, Richard Rorty y Lévi-Strauss”, en *Gazeta de Antropología*, núm. 18, Granada, España.

Alaminos A. y Alaminos P. (2012a) “Estereotipos sobre los musulmanes en España, Gran Bretaña, Francia y Alemania”. *VIII Jornadas Internacionales de Modelado Estructural en el Análisis de la Realidad Social*. Universidad de Alicante. Alicante.

Alaminos A. y Alaminos P. (2012b) “Estereotipos sobre los “occidentales” en países musulmanes”. *VIII Jornadas Internacionales de Modelado Estructural en el Análisis de la Realidad Social*. Universidad de Alicante. Alicante.

Alaminos, A. (2012a) “Las dinámicas actuales en los sistemas de creencias” en Tezanos J.F. (ed.) *Los nuevos problemas sociales*. Madrid: Sistema. Páginas 377-412

Alaminos, A. (2012b) “Missing mixed mode: elemental structures”. *OBETS: Revista de Ciencias Sociales*. Volumen 7, Número 2. Páginas 327-333

Alaminos A. y Penalva C. (2012) “Ética civil y ética religiosa en España”. *Revista Internacional de Sociología*. 70 (2), 347-373

Alaminos, A; López, C. y Santacreu, O (2010) Etnocentrismo, xenofobia y migraciones internacionales en una perspectiva comparada. *Convergencia* 17 (53), 91-124

Alaminos A. y Penalva C. (2010). La vida cotidiana en la España del siglo XXI. En Tezanos y Del Campo (Coor.) *España: una sociedad en cambio*. Madrid: Fundación Caja de Madrid. Páginas 153-198

Alaminos, A y Castejón, J.L. (2006) *Elaboración, análisis e interpretación de encuestas, cuestionarios de escalas de opinión*. Alicante: Marfil.

Alaminos A. (2005) *El análisis de la realidad social. Introducción a los modelos estructurales de covarianzas*. Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Alaminos A.; Francés, F. y Santacreu O. (2005). Reflexiones teóricas y modelos empíricos sobre identidad, diversidad y participación social. En *I Jornadas internacionales sobre el modelado estructural en el estudio de la realidad social*. Alicante: Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.

Alaminos A. y López C. (1999) La influencia del conocimiento de Iberoamérica o iberoamericanos en la opinión pública española. *FORO I sobre la Inmigración latinoamericana a España y Europa*. Cáceres, 1999.

Alaminos (1998) *Teoría y práctica de la encuesta*. Alicante: ECU

Alaminos (1992) Investigación, sociedades y desarrollo en *Escritos de teoría sociológica en homenaje a Luis Rodríguez Zúñiga*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Páginas 15-26.

Allport (1971) *La naturaleza del prejuicio*. Buenos Aires: Eudeba

Altarejos Masota, Francisco y Antonio Moya García Montoto (2003), “Del relativismo cultural al etnocentrismo (y vuelta), en *ESE: Estudios sobre educación*, núm. 4.

Balabanis, George y Adamantios Diamantopoulos (2004), “Domestic Country Bias, Country-of-Origin Effects, and Consumer Ethnocentrism: a multidimensional unfolding approach”, en *Academy of Marketing Science*, 32:1.

Barranco, Justo (2005), “Entrevista a Alain Touraine, sociólogo, que publica Un nuevo paradigma”, en diario *La Vanguardia*, 15 de noviembre de 2005.

Borboa Trasviño, Marco Antonio (2006), “La interculturalidad: aspecto indispensable para unas adecuadas relaciones entre distintas culturas. El caso entre ‘Yoris’ y ‘Yoremes’ del centro ceremonial de San Jerónimo de Mochicahui, el Fuerte, Sinaloa, México”, en *Ra Ximhai: Revista científica de sociedad, cultura y desarrollo sostenible*, vol. 2, núm. 1.

Brown M.B. (1998) *Prejuicio. Su psicología social*. Madrid: Alianza

Brucker, Herbert *et al.* (2002), “Managing migration in the European Welfare State”, en T. Boeri *et al.*, *Immigration policy and the welfare system. A report for the Fondazione Rodolfo Debenedetti in association with The William Davidson Institute*, Nueva York: Oxford University Press.

Calvo Población, Gaspar Félix *et al.* (2002), “Percepción de la interculturalidad en los alumnos de 1º de educación física en la Facultad de formación del profesorado de Cáceres”, en *Revista electrónica interuniversitaria de formación del profesorado*, vol. 5, núm. 1.

Carmona Caldera, Cristóbal Gonzalo (2009), “Pueblos indígenas y la tolerancia occidental: los derechos humanos como forma sublimada de asimilación”, en *Polis: Revista académica de la Universidad Bolivariana*, núm. 23.

Caruana, Albert (1996), “The effects of dogmatism and social class variables on consumer ethnocentrism in Malta”, en *Marketing Intelligence and Planning*, 14:4.

Cea D’Ancona, Ma. Ángeles (2009), “La compleja detección del racismo y la xenofobia a través de encuesta. Un paso adelante en su medición”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 125.

Chacón, Lorenzo (2005), *Bases sociales de los sucesos de Elche de septiembre de 2004. Crisis industrial, inmigración y xenofobia*, Documentos del Observatorio Permanente de la Inmigración, núm. 5, Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.

Cocarico Lucas, Edwin (2005), “El etnocentrismo político-jurídico y el Estado multinacional: nuevos desafíos para la democracia en Bolivia”, en *América Latina hoy: Revista de Ciencias Sociales*, vol. 43.

Colectivo IOÉ (1995), *Discurso de los españoles sobre los extranjeros. Paradojas de la alteridad, Colección Opiniones y Actitudes*, núm. 8, Madrid: CIS.

Dietz, Gunther (2003), *Multiculturalismo, interculturalidad y educación: una aproximación antropológica*, Granada: Universidad de Granada.

Dollard, J., Doob, L.W., Miller, N.E., Mowrer, O.H. y Sears, R.R. (1939). *Frustration and aggression*. New Haven, Conn.: Yale Univ. Press

Ettenson, Richard y Jill G. Klein (2005), “The fallout from French nuclear testing in the South Pacific”, en *International Marketing Review*, 22:2.

Fernández Ferrín, Pilar *et al.* (2003), “Etnocentrismo y animosidad del consumidor: antecedentes y consecuencias”, en *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 12:1.

Fierro Bardají, Alfredo (1987), “Análisis de ítems y correlatos de personalidad en una medición de etnocentrismo”, en *Anuario de Psicología*, núms. 36/37.

Froufe Quintas, Sindo (1994), “Hacia la construcción de una pedagogía de la interculturalidad”, en *Documentación Social*, núm. 97.

Geertz, Clifford (1996), *Los usos de la diversidad*, Barcelona: Paidós.

Geertz, Clifford (2000), *Available Light. Anthropological reflections on philosophical topics*, Princeton: Princeton University Press.

Giner, Salvador *et al.* (1998), *Diccionario de Sociología*, Madrid: Alianza.

Granzin, Kent L. y John J. Painter (2001), “Motivational influences on buy domestic purchasing: Marketing management implications from a Study of Two Nations”, en *Journal of International Marketing*, 9:2.

Grier, Sonya *et al.* (2006), “Crossover Dreams: Consumer Responses to Ethnic-Oriented Products”, en *Journal of Marketing*, 70:2.

Guichot Reina, Virginia (2002), “Identidad, ciudadanía y educación: del multiculturalismo a la interculturalidad”, en *Cuestiones Pedagógicas: Revista de Ciencias de la Educación*, núm. 16.

Iglesias Casal, Isabel (1998), “Comunicación intercultural y enseñanza de lenguas extranjeras: hacia la superación del etnocentrismo”, en Caramés Lage, José Luis *et al.* [coords.], *El discurso artístico norte y sur: eurocentrismo y transculturalismos*, vol. 2, tomo 13.

Jiménez Torres, Huitzilín, N. y San Martín Gutiérrez, S. (2008), “El etnocentrismo y la animosidad del consumidor como antecedentes de la intención de compra de productos

extranjeros”, en Pindado García, Julio [coord.], *Estableciendo puentes en una economía global*, vol. 2.

Jones, Frank y Philip Smith (2001), “Diversity and Commonality in National Identities: An Exploratory Analysis of Cross-National Patterns”, en *Journal of Sociology*, vol. 37, núm. 1.

Kalpokus, Daniel E. (1999), “Entre el objetivismo y el relativismo: el etnocentrismo liberal de R. Rorty”, en *Agora: papeles de filosofía*, vol. 18, núm. 1.

Katz, D., & Braly, K. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280-290.

Kaynak, Erdener y Ali Kara (2002), “Consumer perceptions of foreign products: An analysis of product-country images and ethnocentrism”, en *European Journal of Marketing*, 36:7/8.

Klein, Jill G. y Richard Ettenson (1999), “Consumer animosity and consumer ethnocentrism: An analysis of unique antecedent”, en *Journal of International Consumer Marketing*, 11:4.

Lippmann, Walter (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company.

Luque-Martínez, Teodoro *et al.* (2000), “Consumer ethnocentrism measurement: An assessment of the reliability and validity of the CETSCALE in Spain”, en *European Journal of Marketing*, 34:11/12.

Malgesini, Graciela y Carlos Giménez (2000), *Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad*, Madrid: La Catarata (Asociación Los Libros de la Catarata).

Marín Sánchez, Carmelo (2005), “El origen doméstico de los productos como ventaja competitiva: la etnocentricidad del consumidor” (tesis doctoral). Servei de Publicacions Universitat de València. Disponible online en [www.tdx.cesca.es/TDX-0308106-131515/](http://www.tdx.cesca.es/TDX-0308106-131515/)

Marques da Silva Pureza, José Manuel (2002), “Hacia una nueva cultura de paz”, en *Recursos aiPaz, Boletín de la Asociación Española de Investigación para la Paz*.

McConahay, J. B. (1986). Modern Racism, Ambivalence, and the Modern Racism Scale. In J. F. Dovidio & S. L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, Discrimination, and Racism* (pp. 91-125). San Diego, CA: Academic Press.

Moore, Anne H. (1995), “Estilo literario, etnocentrismo y bilingüismo en la clase de inglés”, en Hammersley, Martyn y Peter Woods [coords.], *Género, cultura y etnia en la escuela: informes etnográficos*, Barcelona: Paidós, Ministerio de Educación y Ciencia.

Moreno Navarro, Isidoro (1991), “Identidades y rituales: Estudio Introductorio”, en Prat, Joan *et al.* [eds.], *Antropología de los Pueblos de España*, Taurus Universitaria.

Myrdal, Gunna (1944), *An American dilemma: The negro problem and modern democracy*, New York: Harper & Bros.

Pettigrew (1958) Personality and sociocultural factors in intergroup attitudes: a cross-national comparison. *Journal of Conflict Resolution*. Volume 2, Issue 1, March pp. 29–42

Pla, Lluís (2005), “Ética postliberal, etnocentrismo ‘razonable’ y democracias no inclusivas”, en *Astrolabio: revista internacional de filosofía*, núm. 0.

Quintero Montilla, María del Pilar (2003), “Racismo, etnocentrismo occidental y educación: el caso Venezuela”, en *Acción Pedagógica*, vol. 12, núm. 1.

Riefler, Petra y Adamantios Diamantopoulos (2007), “Consumer animosity: a literatura review and a reconsideration of its measurement”, en *International Marketing Review*, 24: 1.

Rocha, Everardo P. Guimaraes (1984), *O que é Etnocentrismo*, Brasiliense.

Rokeach, Milton y Benjamin Fruchter (1956), “A factor study of dogmatism and related Concepts”, en *Journal of social Psychology*, 117.

Russell, Dale W. y Cristel Antonia Russell (2006), “Explicit and implicit catalysts of consumer resistance: The effects of animosity, cultural salience and country-of-origin on subsequent choice”, en *International Journal of Research in Marketing*, 23:3.

Sánchez, Rafael (2006), “Endoculturación y etnocentrismo: una reflexión antropológica-educativa”, en *Anales: Anuario del centro de la UNED de Calatayud*, núm. 14.

Sharma, Subhash *et al.* (1995), “Consumer Ethnocentrism: A test of antecedents and moderators”, en *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23:1.

Sherif M. *et al.* (1961) *Intergroup Conflict and Cooperation: The Robbers Cave Experiment*. Norman: University of Oklahoma Press.

Shimp, Terence A. y Subhash Sharma (1987), “Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE”, en *Journal of Marketing Research*, 24:3.

Solana, José Luis (1999), “Inmigración y racismo. Retos y propuestas para una política de inmigración y para un trabajo social antirracista”, en *Cuadernos Andaluces de Bienestar Social (CABS)*, 4: 29-85.

Solé, Carlota *et al.* (2000), “El impacto de la inmigración en la sociedad receptora”, en *REIS*, 90: 131-157.

Stonequist E. (1937) *The Marginal Man: A Study in Personality and Culture Conflict* New York: Charles Scribner's Sons

Sumner, William Graham (1906), *Folkways: The Sociological Importance of Usages, Manners, Customs, Mores, and Morals*, Nueva York, NY: Ginn and Co.

Tajfel, H. y Turner, J. C. (1979). An Integrative Theory of Intergroup Conflict. En W. G. Austin y S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*. Monterey, CA: Brooks-Cole

Tajfel, Henri (1978). *Differentiation between social groups*. London: Academic.

Van Dijk (1993) *Elite discourse and racism*. London: Sage.



Tarrés Chamorro, María Sol (2001), “El cuidado del ‘otro’: diversidad cultural y enfermería transcultural”, en *Gazeta de antropología*, núm. 17.

Van Dijk, Teun A. (1987), *Communicating racism. Ethnic prejudice in thought and talk*, Newbury Park, California: Sage.

Villanueva López, Claudio Vicente (2001), “Los modelos de aculturación e intervención psicosocial en la inmigración”, en *Gazeta de antropología*, núm. 17.

Wetherell, Margaret (1996), “Group conflict and the social psychology of racism”, en M. Wetherell, *Identities groups and social issues*, Londres: Sage.

Yamamoto, Maria Emília y Fívia Araújo Lopes (2009), “Oaliziões E Etnocentrismo: O Ponto De Vista Da Psicologia Evolucionista”, en *Oecologia brasiliensis*, vol. 13, núm. 1.